COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 25 octobre 2017

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en septembre 2017

En septembre, 1 internaute sur 4 a consulté un site immobilier depuis un ordinateur

En septembre 2017, 46,9 millions d'internautes ont visité au moins un site Internet depuis un ordinateur, soit 1% de visiteurs uniques supplémentaires en un an. Et ils étaient chaque jour 23,9 millions sur la même période, ce qui représente 38,1% des Français de 2 ans et plus (soit +4,2 points par rapport à août 2017).

En cette période de rentrée, souvent synonyme de recherche de logement, les internautes sont très présents sur les sites immobiliers. Chaque jour, ce sont 1,3 million de visiteurs uniques qui s'y rendent. L'audience mensuelle de la sous-catégorie « Immobilier » est en croissance de 7,8% par rapport à août 2017 : elle s'établit à 11,5 millions de visiteurs uniques, soit près d'un quart des internautes (24,2%).

Près de 40% des visiteurs mensuels des sites immobiliers sont des CSP+, alors que cette cible ne représente que 22% de la population française. Les CSP+ ayant visité au moins un site immobilier depuis un ordinateur y ont passé en moyenne 48 minutes en septembre. En ce mois de reprise, les étudiants y ont, pour leur part, consacré 50 minutes dans le mois.

Top 5 de la sous-catégorie « Immobilier », en visiteurs uniques mensuels (septembre 2017)

Rang	Brands et *Channels*	Nombre de visiteurs uniques mensuels
1	*Leboncoin.fr Immo*	5 519 000
2	SeLoger	3 339 000
3	Logic-immo.com	1 652 000
4	Particulier a Particulier	1 446 000
5	Explorimmo	751 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 658 000
2	Microsoft	33 783 000
3	Facebook	27 154 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	20 844 000
5	Orange	19 030 000
6	Webedia	16 671 000
7	Amazon	15 728 000
8	Solocal Group	15 038 000
9	Wikimedia Foundation	14 339 000
10	Prisma Media	14 314 000
11	Schibsted	14 139 000
12	WEB66	13 953 000
13	Groupe Lagardere	13 887 000
14	Vivendi	12 151 000
15	Iliad	12 060 000
16	La Poste	12 022 000
17	Groupe Credit Agricole	11 924 000
18	Groupe Le Monde	11 538 000
19	Groupe Auchan	11 123 000
20	M6	11 023 000
21	Yahoo	10 538 000
22	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	10 412 000
23	Groupe Casino	10 053 000
24	Groupe Numericable - SFR	9 720 000
25	Gouvernement Francais	9 695 000
26	francetélévisions	9 358 000
27	Ministere de l Education Nationale	9 045 000
28	auFeminin	8 493 000
29	Next Radio TV	8 096 000
30	Apple Computer	7 699 000
31	Carrefour	7 667 000
32	Association VideoLAN	7 566 000
33	Pole Emploi	7 063 000
34	Groupe TF1	7 043 000
35	Groupe Le Parisien	7 016 000
36	Fnac	6 983 000
37	Altice Media Group	6 771 000
38	SNCF France	6 677 000
39	Assurance Maladie	6 410 000
40	Societe Generale	6 385 000
41	eBay	6 356 000
42	20 Minutes France	6 239 000
43	Meteo France	6 211 000
44	Pinterest.com	6 170 000
45	Twitter	6 074 000
46	Kingfisher	6 044 000
47	LinkedIn	5 767 000
48	Credit Mutuel	5 683 000
49	E.Leclerc	5 578 000
50	OTTO	5 343 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2017 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en septembre 2017

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 441 000	15 138 000
2	Facebook	26 853 000	8 061 000
3	YouTube	23 487 000	3 805 000
4	Microsoft	21 853 000	2 719 000
5	Orange - T	18 104 000	5 061 000
6	Windows Live	15 757 000	2 211 000
7	Amazon	15 538 000	1 760 000
8	Wikipedia	14 076 000	1 332 000
9	Leboncoin.fr - TS	14 074 000	2 239 000
10	MSN - T	12 237 000	2 660 000
11	Bing	11 629 000	1 783 000
12	Free	11 583 000	1 364 000
13	impots.gouv.fr	10 075 000	656 000
14	PagesJaunes - TS	10 067 000	862 000
15	Yahoo - T	9 952 000	2 162 000
16	Skype	9 862 000	1 891 000
17	SFR	9 034 000	1 735 000
18	Outlook (Outlook.com)	8 969 000	2 014 000
19	Le Figaro - TS ACPM	8 913 000	734 000
20	Cdiscount	8 762 000	633 000
21	LA POSTE	8 285 000	1 179 000
22	Linternaute.com - TS	7 786 000	439 000
23	Credit Agricole	7 706 000	1 347 000
24	Apple	7 699 000	707 000
25	Le Monde - TS ACPM	7 595 000	700 000
26	Videolan	7 566 000	1 058 000
27	OneDrive	7 281 000	703 000
28	Pole Emploi	7 055 000	733 000
29	Le Parisien - TS ACPM	7 016 000	445 000
30	Fnac	6 980 000	432 000
31	CommentCaMarche - TS	6 931 000	370 000
32	franceinfo - TS ACPM	6 892 000	550 000
33	Service-Public.fr	6 781 000	374 000
34	Blogger	6 607 000	483 000
35	OverBlog	6 419 000	392 000
36	Assurance Maladie	6 410 000	478 000
37	20minutes.fr - TS ACPM	6 215 000	510 000
38	Meteo France - TS	6 211 000	731 000
39	Pinterest	6 170 000	456 000
40	eBay	6 134 000	684 000
41	AlloCine - TS	6 090 000	413 000
42	Twitter	6 037 000	636 000
43	Mappy	5 998 000	369 000
44	Tele Loisirs - TS ACPM	5 952 000	705 000
45	LinkedIn	5 767 000	498 000
46	Marmiton - TS	5 697 000	319 000
47	E.Leclerc	5 515 000	398 000
48	Carrefour	5 199 000	422 000
49	caf.fr	5 147 000	369 000
50	TripAdvisor	5 049 000	279 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2017 – Base : 2 ans et plus -
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brands). Il est important de noter qu'une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société actionnaire principale des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 56
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Pierre Becker
Tél : 01 80 04 71 44
pbecker@mediametrie.fr